



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

Ciencia a la mente y virtud al corazón

Facultad de Ciencias de la Educación y de la
Comunicación Social.

Licenciatura en Periodismo

Trabajo Final de Licenciatura

Análisis de caso:

“Por trece razones”: representación del bullying en la ficción.

Autor: Gioia, Sofía.

Directora de Carrera: Mg. García Luna, Ana Laura.

Tutor de la Tesina: Prof. Scroca, Andrea.

Buenos Aires, 18 de junio de 2019

gioiasofia1@gmail.com

ÍNDICE

1. Introducción

- I. Tema central
- II. Objetivo general y específicos
- III. Estado del arte
- IV. Metodología

2. Una problemática para solucionar en conjunto

- I. ¿Qué es el bullying?
- II. Bullying en los colegios
- III. Bullying y adolescencia

3. Bullying en las pantallas

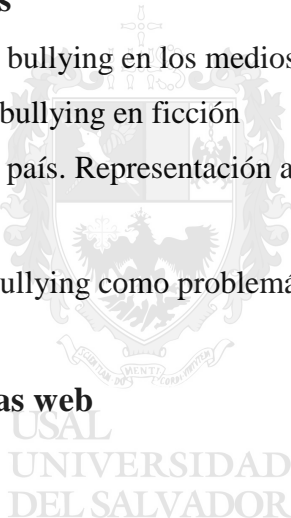
- I. Representación del bullying en los medios
- II. Representación del bullying en ficción
- III. Bullying en nuestro país. Representación audiovisual

4. Análisis de Contenido

- I. Por trece razones: bullying como problemática

5. Conclusiones

6. Bibliografía y referencias web



1. Introducción

I. Tema central

A un menos de un mes de su estreno, superaba las 3.5 millones "impresiones" en las redes sociales. A menos de un mes de su estreno, en Twitter e Instagram tres de los cuatro hashtags más populares de América Latina hablaban de ella. A menos de un mes de su estreno, en Estados Unidos había grupos de WhatsApp de madres preocupadas por su supuesta apología al suicidio adolescente. Todo eso provocó 13 Reasons Why, una de las series más vista en la historia de Netflix.

Por trece razones (13 Reasons Why en inglés) es originalmente una novela para jóvenes adultos del autor estadounidense Jay Asher editada en el año 2007. La misma logró ser bestseller en la ciudad de Nueva York cinco años después de su estreno. En el año 2017 se estrenó la serie de Netflix "Por trece razones" basada en la novela.

De todos modos, la misma generó polémica una vez que llegó a la pantalla chica a través de la tan famosa plataforma: Netflix. Una marca que logró posicionarse en el mercado en muy poco tiempo. Pero, ¿qué es Netflix? Una empresa de servicios estadounidense que proporciona a través de una tarifa mensual, contenido audiovisual como películas y series de todo el mundo. Para conocer un poco mejor a la marca, la misma tiene una misión que la caracteriza: "Prometemos a nuestros clientes un servicio estelar; a nuestros proveedores un socio valioso; a nuestros inversionistas, las perspectivas de crecimiento sostenido y rentable; y nuestros empleados que construyen el encanto de un gran impacto" (Netflix, 2011).

La historia de Netflix es tan corta como exitosa. Comienza en 1997, cuando Reed Hastings y el ejecutivo de software Marc Randolph cofundan Netflix, un videoclub online. Un año después, lanzan el primer sitio web de alquiler y venta de DVD (netflix.com). En el 1999, Netflix estrena su servicio de suscripción, que a través de una tarifa mensual muy económica, le permita a los consumidores alquilar la cantidad de DVD's que quiera. En el 2000, presentan el sistema personalizado de películas y recomendaciones basado en las puntuaciones de sus suscriptores.

En el 2007 Netflix comienza a funcionar a través de streaming, lo cual le permite a sus suscriptores utilizar la plataforma en computadoras. Para el año 2010, Netflix ya puede

utilizarse en los dispositivos de Apple (iPad, iPhone y iPod Touch), en la Wii de Nintendo y en otros dispositivos conectados a Internet. Un año después llega a Latinoamérica y el Caribe y en el 2013 ya está en Europa. En el año 2016, podemos encontrar esta plataforma ya está disponible en todo el mundo. Hoy en día, Netflix tiene más de 144 millones de usuarios en el mundo. En Argentina somos más de 1 millón los afiliados a la misma.

Según un estudio que realizó el Business Consumer Location Insight (2018), el éxito de Netflix es consecuencia de una excelente utilización de Big Data: la plataforma entendió y supo aprovechar como ninguna los beneficios de esta tecnología. Pero, ¿qué es Big Data? “Big Data es un término que describe el gran volumen de datos, tanto estructurados como no estructurados, que inundan los negocios cada día. Pero no es la cantidad de datos lo que es importante. Lo que importa con el Big Data es lo que las organizaciones hacen con los datos. Big Data se puede analizar para obtener ideas que conduzcan a mejores decisiones y movimientos de negocios estratégicos.” Utilizando esta tecnología, Netflix estudia los comportamientos y hábitos de los consumidores para darles lo que ellos desean ver en vez de basarse en la elección de algunos directivos de la empresa.

Toda esa investigación que realizan y al conocimiento que llegan, hace que la recomendación que le realizan a cada consumidor sea casi perfecta. Es por eso que podemos decir que gracias a Big Data, Netflix tiene tanto éxito en la actualidad. Así es como un canal de televisión no puede competir contra esta semejante empresa: cuando un canal de televisión lanza una nueva serie, esta tiene tan solo un 35% de posibilidades de triunfar y mantenerse en la parrilla. Cuando lo hace Netflix, sus posibilidades ascienden al 70%.

Con respecto al consumo de series en nuestro país, según un estudio que realizó Netflix en el año 2017, Argentina es el séptimo país en el mundo con mayor porcentaje de miembros que ven Netflix todos los días. Además, según el promedio de horas vistas por día por miembro de la plataforma, el día más popular para ver contenido en Argentina fue el domingo 10 de septiembre (fresco y lluvioso), mientras que a nivel global fue el 1 de enero.

Según la Encuesta Nacional de Consumos Culturales Argentinos del año 2017, la visualización online de películas o series a través de aplicaciones con abono (Netflix) o

sitios gratuitos de internet tiene un comportamiento bastante asociado a la edad. En este caso, los que más consumen son los adolescentes entre 12 y 17 años.

El nivel socioeconómico es otro factor que se encuentra totalmente relacionado con los consumos de contenido audiovisual por internet. Los resultados indicaron que las personas de estratos sociales más bajos consumen menos las aplicaciones pagas (5%) mientras que las personas de estratos sociales más altos llegaron al 54%.

Un año después de que Netflix tenga alcance mundial, llega “Por trece razones”. La serie está compuesta por 13 episodios de aproximadamente 45 minutos cada uno. De todos modos, el número de capítulos no está puesto al azar: cada episodio cuenta la historia de uno de los 13 personajes que son las 13 razones que llevaron a la protagonista, Hannah Baker, al suicidio tras sufrir acoso escolar, humillación sexual, acoso virtual, entre otros.

La historia comienza con el final: ya sabemos que Hannah termina suicidándose. Pero antes, decide dejarle a Clay Jensen, compañero de colegio, una caja con siete cintas de cassette grabadas a ambas caras. En las mismas, la protagonista expone a esas 13 personas que colaboraron para que ella termine tomando la decisión de sacarse la vida.

Durante toda la serie podemos ver escenas fuertes en donde la protagonista es víctima de diferentes situaciones: acoso, abuso sexual, bullying virtual. Pero además, aborda temas tabú y delicados como la homosexualidad, la responsabilidad de los adultos y las instituciones, y las drogas y el alcohol. Todos estos conflictos se dan en un contexto escolar y los protagonistas son adolescentes, con todas las dudas y vulnerabilidades correspondientes a su edad. De todos modos, la problemática que más se hace presente en la serie es el bullying.

En el año 2014, UNICEF realizó un estudio llamado “Ocultos a plena luz” en donde presenta los datos estadísticos más recientes sobre la violencia contra los niños basado en información de 195 países. El objetivo del informe consiste en dar mayor visibilidad a la violencia infantil y sus muchas ramificaciones, a fin de que se comprendan mejor la magnitud y la naturaleza de este fenómeno y se ofrezcan posibles soluciones para prevenirla.

Dentro de esta investigación, hubo un apartado dedicado al acoso y la violencia escolar. Unicef definió al bullying como “la agresión para ejercer poder sobre otra persona”. Y